

「NHK海外情報発信強化に関する検討会 中間報告」の提言
とNHK等の主な取組

「中間報告」の主な提言	NHKの主な取組	備考
<p>1 外国人向けテレビ国際放送（NHKワールドTV）</p> <p>（1）実施体制</p> <ul style="list-style-type: none"> ・NHK内での人的・物的資源の有効活用、効果的・効率的な実施体制の構築。 ・アジア発のニュース等の質的向上のため、東南アジアにおける取材拠点の充実 ・国際放送を念頭に置いた職員の採用、人材育成、幹部役職員等への登用。 	<ul style="list-style-type: none"> ・報道局国際部や海外総支局の経験者を国際放送局に配置。 ・国際放送局と報道局の連携強化。全国の放送局からの英語リポートを増強。 ・広報局と連携し、国内での周知広報を強化。 ・アジア総支局（バンコク）に取材制作の専門スタッフを1名増員。 ・プロモーション経験ある外部専門家4名（広告代理店等）を国際放送局に配置。 ・ニュース制作関連業務に特派員経験者等シニア世代の活用。 ・海外特派員経験者を積極登用し、制作・取材体制を強化。大型ニュース番組のキャスターにも起用。 	
<p>①放送</p> <ul style="list-style-type: none"> ・BBCやCNNにない、NHKワールドTVならではの強み、特徴、良さを打ち出す。 	<ul style="list-style-type: none"> ・2015年4月から、日本やアジアを中心に一日の動きを伝える45分枠の「NEWSROOM TOKYO」開始。 2016年4月から、国内外のビジネスリーダーへのインタビュー番組「Direct Talk」（15分枠）を新設。 ・2016年4月から、「NHK NEWSLINE」に「アジア・コーナー」を新設。 ・NHKとしての重点地域である北 	

<ul style="list-style-type: none"> ・我が国の重要な政策及び国際問題に対する公的見解を正しく伝えることにより、我が国に対する正しい認識・理解・関心を培い、普及させる。 ・NHKワールドTVのニュース素材等の提供の強化 ・多言語化の取組 	<p>米、アジアの好適時間帯に合わせて番組編成を実施。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・世界的なオピニオンリーダーが日本と世界が抱える課題を議論する100分の討論番組「GLOBAL AGENDA」を開始（月1回程度）。 ・2015年10月から、NHK地域放送局制作の日本各地の暮らしや文化等を描いた番組「Hometown Stories」を開始。 また、2015年9月には東北特集、11月には北海道特集として番組を集中編成。 ・2016年4月に、実用的な日本観光情報番組「J-Trip Plan」を新設。 ・ABU加盟国等とのニュース素材の交換。（例：2015年9月の鬼怒川堤防決壊直後の映像） ・2015年7月6日から、NHKワールドTVのうち22タイトルにスペイン語字幕を付与し、中南米向け放送を試行開始。ペルー、チリ、コロンビア、メキシコ、コスタリカ、アルゼンチンの6カ国で計8事業者が配信実施中。 	<ul style="list-style-type: none"> ・中南米におけるスペイン語字幕付与による多言語化実証のため、平成26年度補正予算（2.9億円）、平成27年度補正予算（1.0億円）により措置（要請放送交付金）。
<p>②インターネットの活用</p> <ul style="list-style-type: none"> ・外部プラットフォームやソーシャルメディアによる配信。 ・放送とインターネットの連携を推進。 	<ul style="list-style-type: none"> ・フェイスブックやツイッターを通じた広告・拡散。 ・VOD配信を2015年6月15日より開始。13タイトルが視聴可能。2016年4月から27タイトルに増加。 ・VODの再生回数はサービス開始時（2015年6月）の約10,000回/ 	

	<p>週から、2016年3月時点で約20,000回/週に増加。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・タブレット・スマホ向けのアプリのダウンロード数は、2016年3月末時点でTVとラジオ合わせて約365万ダウンロード。 	
<p>③受信環境整備</p> <ul style="list-style-type: none"> ・シニア世代も含め、海外営業経験の豊かな人材で構成される専門の海外営業チームをJIBに作る等の体制整備。 ・国内のケーブルテレビや衛星放送、インターネット等を通じて、NHKワールドTVを国内で視聴可能とするための取組を強化。 ・国外の受信環境整備については、特に世界のオピニオンリーダーが多く集まる、あるいは国際機関等が多く所在する都市や、我が国が属 	<ul style="list-style-type: none"> ・重点地域での受信環境整備・プロモーション強化のため、アメリカのコンサルタントを1名から3名体制に増強。 ・2015年3月30日より、J-COM(310万世帯)を通じた視聴可能時間を3時間拡大 (夜8:00~翌朝5:00 ←夜11:00~翌朝5:00)。 ・国内では、CATV(J:COM等)やIPTV(ひかりTV)を通じて、2016年3月現在で29事業者約580万世帯が視聴可能。 ・視聴可能な国内ホテル数は、2015年1月時点の9から、2016年3月時点で20に増加。 ・北米、アジア等を中心に、配信世帯数が2015年1月から2016年2月までで約1,012万世帯増加。 ・全米主要8都市(ニューヨーク、フィラデルフィア、ワシントン、シカゴ、サンフランシスコ、ロサンゼルス)のほか、2016年に入って 	<ul style="list-style-type: none"> ・総務省と観光庁が協力・連携して、(一社)日本ホテル協会に対し、NHKワールドTV導入の働きかけを実施。 ・観光庁の訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策事業補助金(旅館ホテル等に対するインバウンド対応支援のため、平成27年度補正予算で10.2億円、平成28年度予算で5億円)をNHKワールドTVに係る整備にも活用。 ・国外ケーブルテレビ受信環境整備のため、平成27年度当初予算(0.9億円)により措置(要請放送交付金)。平成28年度当初予算でも

<p>するアジア地域において重点的に取組を強化。</p>	<p>から、シアトル、シャーロットで配信開始。)の地上デジタル局、CATV等で24時間視聴可能とした。全米で、一部時間帯の配信も含め9,929万世帯が視聴可能。</p>	<p>同額を措置。 ・総務省と外務省が協力して、海外の主要ホテルにおけるNHKワールドTVの受信環境の把握を開始(まずは中南米地域で実施。)</p>
<p>④ 認知度</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国内外の国際空港でのプロモーション視聴。 ・各国現地イベント、インターネットを活用したイベント等を通じたプロモーション活動を更に強化。 ・NHKワールドTVの発信力等を通じた視聴者へのリーチを高め、存在感・認知度の向上を図る。 	<ul style="list-style-type: none"> ・日本の国際空港(成田、羽田、中部、関西)において、受信設備を設置し、NHKワールドTVを常時放送。 ・関西空港の到着ロビーの大型モニターでの放送や、成田空港の出発ロビーに大型看板を掲出。 ・リムジンバスのチケットホルダーや英語版時刻表でPR。 ・2015年5月から2か月間、ニューヨーク(3空港)とワシントンDC(2空港)でPR動画を上映。 ・2015年5月から2か月間、ニューヨークのタイムズスクエアにある大型モニターでPR動画を上映。 ・全米6都市(ニューヨーク・フィラデルフィア・ワシントン・シカゴ・サンフランシスコ・ロサンゼルス)の地元テレビ局でNHKワールドTVの5番組の特別編成。 ・ジャカルタ、バンコク、クアラルンプール、シンガポール等で開催のイベントへの出展等を実施。 ・日本の理解度、NHKワールドTVの認知率等について四半期ごとに調査を実施。 	<ul style="list-style-type: none"> ・プロモーション実施のため、平成26年度補正予算(1.0億円)を措置。

<p>(2) 財源</p> <ul style="list-style-type: none"> ・今後3年間にわたり、国際放送関係経費のNHK受信料収入に占める割合5%を目途として、必要な財源を確保。 ・国内でのNHKワールドTVの受信環境の充実による、受信料を負担する国内受信者のNHKワールドTVの役割や意義に対する理解の醸成。 	<ul style="list-style-type: none"> ・平成27年度の国際放送関係経費279.3億円を確保。(受信料収入に占める割合は4.2%) (注:26年度予算の割合は3.3%) ・また、平成28年度予算では、番組制作の充実等のため、対前年度約23億円増の302.2億円。受信料収入に占める割合は4.5%。 ・2015年4月から、NHKワールドTVを紹介する地上波番組「Doki Doki! WORLD TV」を開始(総合テレビ日曜22:40~22:50)。 ・前掲③受信環境整備を参照。 	
<p>(3) NHK・JIBの役割・組織の在り方</p> <ul style="list-style-type: none"> ・JIBの機能・体制強化 	<ul style="list-style-type: none"> ・現地配信事業者を増加させるため、海外コンサルタント等の活用拡大。(例:北米で1名から3名に増員。アジア専門の代理店と初めて契約。) ・番組制作機能強化のため、NHKからJIBへの転籍出向職員を4名純増。 ・経験豊かなNHK幹部がJIBに出向。 (参考)・JIBでは中途採用等により即戦力を毎年度5名程度採用。 	
<p>2 コンテンツ海外展開</p> <ul style="list-style-type: none"> ・当初から海外展開を念頭においた番組制作。 	<ul style="list-style-type: none"> ・東南アジアで現地語字幕・吹き替え販売(例:ミャンマー(美女と男子)、インドネシア(Great Gear))。 ・NHKワールドTVで放送されている「Sushi and Beyond」のドイ 	<ul style="list-style-type: none"> ・2015年10月の総理の中央アジア(ウズベキスタン等)歴訪時に、日本のテレビ番組の放映の促

<ul style="list-style-type: none"> ・相手国のニーズを踏まえた発信を確保するため国際共同制作を一層推進。 ・アジアの各国・地域に加え、中南米等の新興国に対しても積極的な海外展開を推進。 	<p>ツ、タイへの販売を決定。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・南アフリカの公共放送局と教育番組を共同制作(教育番組「大科学実験」)。 	<p>進等の協力について共同声明。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・(独)国際交流基金の予算により、「カーネーション」を新たにナイジェリア、ルーマニア、メキシコ及びカザフスタン等20か国に提供。 ・総務省と(一社)放送コンテンツ海外促進機構(BEAJ)が協力して、放送コンテンツの海外展開施策を実施。 <p>H26 補正：16.5億円 H27 補正：12億円 H28 当初：2.25億円</p> <ul style="list-style-type: none"> ・(株)海外通信・放送・郵便事業支援機構(JICT)を2015年11月に設立。海外へのコンテンツ展開やインフラ整備支援、技術支援等を取組予定。 <p>具体的な案件を検討中。</p>
---	--	--